

Share: Social Work Jurnal	VOLUME: 8	NOMOR: 1	HALAMAN: 1-10	ISSN:2339 -0042 (p) ISSN: 2528-1577 (e) Doi: 10.24198/share.v8i1.15912
---------------------------	-----------	----------	---------------	--

KOMUNIKASI ORGANISASI BERBASIS KEYAKINAN DALAM PROGRAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

Hadiyanto A. Rachim¹, Nunung Nurwati², Gigin G.K. Basar³

1. Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Padjadjaran
hadiyantoarachim@unpad.ac.id
2. Program Studi Kesejahteraan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Padjadjaran
nngnurwati@yahoo.co.id
3. Program Studi Kesejahteraan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Padjadjaran
gigin@unpad.ac.id

ABSTRAK

Isu penelitian ini seputar komunikasi Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) sebagai *Faith-Based Organization* (FBO). Masalah utama penelitian adalah bagaimana OPZ dapat bekerjasama meningkatkan kepercayaan masyarakat dan produktivitas lembaga. Pendekatan *Interpretif* melalui Teori Konstruksi Sosial menjadi acuan guna melihat proses komunikasi organisasi melalui etos komunikator OPZ. Metode penelitian adalah kualitatif dengan teknik studi kasus dan informan dari OPZ tingkat Jawa Barat . Hasil penelitian menunjukkan bahwa etos komunikator sebagai *source of credibility* dalam komunikasi OPZ, bersumber dari Ajaran Islam, hukum positif, dan pedoman dasar OPZ dapat menciptakan nilai-nilai organisasi sebagai dasar melaksanakan kerjasama pogram pemberdayaan masyarakat. Kerjasama OPZ dalam program pemberdayaan lebih banyak ke aspek *personal power* dan *interpersonal power* dan sedikit ke aspek *political power*. Diperlukan penguatan nilai-nilai keterbukaan dan saling percaya diantara OPZ, perubahan regulasi zakat, tata kelola lebih transparan, akuntabel dan berkeadilan guna meningkatkan kepercayaan, realisasi potensi zakat, dan kesejahteraan.

Kata Kunci : Komunikasi, FBO, Etos Komunikator, dan Pemberdayaan

ABSTRACT

The issue of this research is about the communication of Zakat Management Organization (OPZ) as Faith-Based Organization (FBO). The main problem of research is how OPZ can work together to increase public trust and institutional productivity. Interpretive Approach through Social Construction Theory becomes a reference to see the process of organizational communication through the ethos of OPZ communicators. The research method is qualitative with case study technique and informer from OPZ West Java level. The results showed that the communicator ethos as source of credibility in OPZ communication, sourced from Islamic Teachings, positive law, and basic guidance of OPZ can create organizational values as the basis for implementing community empowerment

cooperation program. OPZ cooperation in the empowerment program is more to the aspect of personal power and interpersonal power and little to the political power aspect. There is a need to strengthen the values of openness and mutual trust among the OPZ, zakat regulatory changes, more transparent, accountable and equitable governance in order to increase trust, realization of zakat potential, and prosperity. Key word: Communication, FBO, Communicator's Ethos, and Empowerment

PENDAHULUAN

Beberapa kajian tentang pengelolaan zakat oleh pengelola zakat diharapkan mampu meningkatkan optimalisasi penerimaan zakat terutama bagaimana zakat dapat memberdayakan masyarakat penerima manfaat sesuai dengan kriteria menurut Syariat Islam (Siena, 2005; Mintarti, Kurniadi, dan Utomo, 2009; Gusfahmi, 2009; Sari, 2013). Di sisi yang lain pengelolaan zakat melalui Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) ditujukan pula untuk meningkatkan kepercayaan muzaki kepada OPZ dan pada gilirannya akan meningkatkan performa layanan OPZ. (Tasniawan, 2008; Fauzia, 2013; Sari, 2013) serta tata kelola OPZ dalam meningkatkan efisiensi, efektifitas, transparansi dan akuntabilitas OPZ (Wibisana, 2009).

Penelitian terkait bagaimana OPZ dapat secara simultan membangun tingkat kepercayaan masyarakat sekaligus optimalisasi pengelolaannya akan dilihat dari sisi komunikasi OPZ melalui etos komunikatornya dalam menjalankan kerjasama program pemberdayaan masyarakat menjadi alasan mengapa penelitian ini menjadi penting dijalankan sebagai *research gap* dari penelitian-penelitian sebelumnya. Isu komunikasi OPZ melalui etos komunikator ini menjadi isu bidang kesejahteraan sosial karena konsepnya yang diaplikasikan melalui Pekerjaan

Sosial (*International Federation of Social Workers* (IFSW); Pincus dan Minahan (1976); Siporin (1975); Morales dan Sheafor (1989); dan Suharto (1997), yang menyatakan bahwa pekerjaan sosial adalah sebagai profesi pertolongan manusia menggunakan program pelayanan, interaksi orang dengan lingkungan, menggunakan kemampuan orang bertujuan fungsionalitas sosial, berjalannya peran-peran sosial, mewujudkan aspirasi sesuai dengan nilai-nilainya sebagai wujud perubahan dan pemberdayaan sosial.

Potensi zakat nasional cukup besar mencapai sekitar Rp 217 triliun atau 3,14% dari *Gross Domestic Product* (GDP) Indonesia akan tetapi baru sekitar 1% yang dapat direalisasi (Baznas, 2011) dan untuk kasus Jawa Barat termasuk memiliki potensi terbesar secara nasional mencapai 17 trilyun pada tahun 2015 akan tetapi baru sekitar 0.02% terealisasi (Kebangkitan Zakat Jawa Barat, 2016). Sementara itu adanya kebijakan pengelolaan zakat, kajian-kajian tentang tata kelola, pendayagunaan zakat dan pemberdayaannya, dan pentingnya menjaga keterpercayaan OPZ yang transparan dan akuntabel ternyata belum mampu meningkatkan realisasi potensi yang cukup besar tersebut.

Berdasarkan fenomena dan *research gap* yang ada, maka kajian tentang komunikasi organisasi OPZ

melalui etos komunikator akan melengkapi kajian-kajian sebelumnya dengan pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian ini yaitu :

- 1) Bagaimana etos komunikator OPZ dapat menjadi sumber nilai dalam menjalankan kerjasama OPZ pada program pemberdayaan masyarakat;
- 2) Bagaimana komunikasi organisasi yang dijalankan oleh OPZ dalam kerjasama program pemberdayaan masyarakat.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk :

- 1) Mendeskripsikan dan menganalisis sumber etos komunikator organisasi pengelola zakat di Jawa Barat sebagai strategi komunikasi organisasi dalam menjalankan kerjasama implementasi program pemberdayaan masyarakat;
- 2) Mendeskripsikan dan menganalisis komunikasi organisasi dalam bentuk budaya organisasi dan kepemimpinan organisasi pengelola zakat di Jawa Barat dalam menjalankan kerjasama implementasi program pemberdayaan masyarakat.

METODE

Rancangan penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan metode kualitatif menggunakan pendekatan *interpretive social science* sebagaimana yang disebutkan oleh Neuman (2000, hal. 70- 75), yaitu peneliti berupaya untuk memahami makna dan pemahaman terkait informasi tentang komunikasi organisasi OPZ yang melibatkan informan dari BAZNAS Jawa Barat dan Lazis Dewan Dakwah Jawa Barat dalam menjalankan kerjasama

implementasi program pemberdayaan masyarakat. Kemudian berupaya mengembangkan pemaknaan terhadap data dan fakta tersebut sehingga diperoleh pemahaman tentang keseluruhan dari obyek yang diteliti.mengenai komunikasi organisasi pengelola zakat melalui etos komunikator OPZ dalam melaksanakan program pemberdayaan masyarakat di Jawa Barat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1.1. Kondisi Umum Pengelolaan Zakat di Jawa Barat

Berdasarkan gambaran umum tentang kondisi sosial ekonomi dan budaya masyarakat Jawa Barat, maka penguatan proses optimalisasi terkait dengan masalah zakat memiliki signifikansi yang sangat tinggi sehingga diharapkan potensi zakat di Jawa Barat akan semakin didayagunakan bagi kesejahteraan masyarakat. Signifikansi tersebut setidaknya didasarkan kepada beberapa hal yaitu :

- 1) Jumlah penduduk yang beragama Islam sangat tinggi mencapai 97% dari populasi mencapai 47 juta jiwa (BPS, 2010); sehingga sangat relevan jika masyarakat Jawa Barat bersifat relijius, beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Mahaesa dan akan sangat terukur dalam menggali tingkat kesadaran dalam melaksanakan kewajiban berzakat sebagai umat Islam;
- 2) Sektor perekonomian dalam industri olahan dan perdagangan menguasai lebih dari 60% (BPS, 2010), sehingga dapat menjadi parameter dalam penggalian sumber-sumber zakat dari sektor-sektor tersebut dan tingkat kesejahteraan masyarakat Jawa B

Barat yang relatif tinggi dengan melihat selisih antara pendapatan per kapita dan pengeluaran konsumsi per tahun;

- 3) Sebaran penduduk yang relatif tingkat pendidikan dan kondisi perekonomiannya di atas rata-rata seperti di wilayah penyangga ibu kota Jakarta dan di wilayah Bandung Raya mencapai 44% (BPS, 2010), sehingga cukup signifikan memberi kontribusi dalam peningkatan dalam hal penerimaan zakat.

Sementara itu dalam pelaksanaan pengelolaan zakat di Jawa Barat, maka berdasarkan informasi situs resmi pemerintah Jawa Barat, terungkap bahwa Jawa Barat memiliki potensi tertinggi dalam sumber zakatnya yaitu mencapai 17 trilyun rupiah pada tahun 2015, sementara yang baru dapat dioptimalkan dan direalisasikan mencapai sekitar 282 milyar (Kebangkitan Zakat Jawa Barat, 2016).

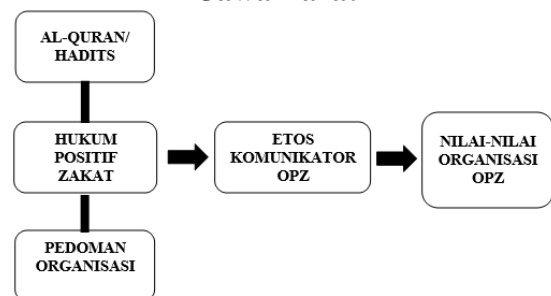
Menurut situs resmi pemerintah Jawa Barat dari 27 kota dan kabupaten yang telah memiliki pengakuan resmi sebagai pengelola zakat baru berjumlah 13 kota/kabupaten hal ini disebabkan juga karena kota/kabupaten tersebut belum memiliki payung hukum sekurang-kurangnya peraturan bupati atau walikota yang mengatur tentang pengelolaan zakat di daerah (Kebangkitan Zakat Jawa Barat, 2016). Sementara berdasarkan data BAZNAS Provinsi Jawa Barat mengenai keberadaan lembaga lain seperti Lembaga Amil Zakat (LAZ) tingkat nasional yang beroperasi di wilayah Jawa Barat, maka dari jumlah 20 LAZ yang resmi diakui pemerintah antara lain terdiri dari : LAZ Rumah

Zakat Indonesia, LAZ Persis, dan LAZ Dompot Peduli Umat Darut Tauhid. Lembaga Amil Zakat (LAZ) lainnya bersifat bagian dari pusat yang beroperasi di Jawa Barat, seperti : LAZIS Muhammadiyah, LAZ NU, dan LAZIS Dewan Da'wah.

1.2.Etos Komunikator OPZ BAZNAS Jawa Barat dan LAZIS Dewan Da'wah Jawa Barat

Berdasarkan hasil olahan penelitian, maka komunikasi organisasi melalui sumber etos komunikator telah melahirkan nilai-nilai organisasi yang selanjutnya berpengaruh kepada aspek peningkatan kerjasama dalam implementasi program pemberdayaan masyarakat, sebagaimana tergambar dalam bagan berikut :

Gambar 3.1
Sumber Etos Komunkator
Organisasi Pengelola Zakat Di
Jawa Barat



Sumber : Hasil Olahan Penelitian, 2016

Berdasarkan gambar di atas maka proses komunikasi yang terjadi dalam organisasi dan antar organisasi pada dasarnya sangat dipengaruhi oleh etos komunikator dari para pengurus organisasi masing-masing, dimana etos komunikator masing-masing

organisasinya sudah dimiliki oleh individu masing-masing ketika memasuki organisasi baik menyangkut pemahamannya tentang Agama Islam secara umum, maupun juga pemahaman masalah zakat secara khusus.

Temuan penelitian menyatakan bahwa proses komunikasi organisasi zakat tersebut yang bersumber dari etos komunikator ketika memasuki organisasi ada yang mengalami kristalisasi nilai-nilai yang dominan mengikuti norma-norma organisasi, akan tetapi ada yang lebih dominan berdasarkan budaya organisasi yang sudah terbangun dan mengalami kesamaan nilai antara etos komunikator sebelum masuk atau sesudah masuk organisasi tersebut dan bahkan mengalami penguatan nilai-nilai ketika sudah memasuki organisasi tersebut. Dengan kata lain kehadiran individu dalam organisasi semakin memperkuat pengembangan organisasi. Untuk kasus yang pertama dominan terjadi di lembaga zakat BAZNAS Provinsi Jawa Barat, sementara kasus yang kedua terjadi di LAZIS Dewan Da'wah Unit Jawa Barat.

Fakta tersebut membuktikan bahwa realitas organisasi adalah sebuah konstruksi subyektif dimana komunikasi organisasi adalah sebagai proses penciptaan makna atas interaksi yang menciptakan, memelihara, dan mengubah organisasi. Jika pandangan obyektif lebih menekankan pada aspek struktur, maka pandangan subyektif lebih menekankan pada aspek proses. Sehingga dengan demikian, organisasi lebih dari sekedar alat, ia adalah cara berpikir (Pace dan Faules, 2000: 33).

Berdasarkan pemikiran-pemikiran tersebut maka strategi

komunikasi yang bertumpu kepada etos komunikator sangat dipengaruhi oleh budaya organisasi dan gaya komunikasi sebagai perilaku kepemimpinan dalam organisasi yang juga akan berdampak kepada pencapaian tujuan-tujuan organisasi secara memuaskan. Hal ini karena komunikator melibatkan semua sumber dayanya sebagai potensi yang dimilikinya yaitu adanya kompetensi, integritas, dan itikad baik dalam menjalankan proses-proses komunikasinya. Maka konsep komunikasi organisasi yang efektif adalah komunikasi organisasi dengan menggunakan pendekatan subyektif, interpretif, dan humanis yang lebih mengedepankan aspek nilai-nilai, ideologi, dan kultur ketimbang aspek-aspek struktur, fungsi, dan distribusi tugas dalam suatu organisasi.

Karena itu pandangan yang menguatkan peran komunikator yang memiliki etos dalam komunikasi organisasi didukung oleh teori konstruksi sosial yang menempatkan manusia sebagai individu yang bebas dalam menciptakan suatu realitas sosial dalam lingkungannya dan pada saat yang lain lingkungan sosial sebagai proses interaksi inter subyektif dapat menguatkan dan memberi pengetahuan sebagai suatu realitas sosial bagi individu tersebut. Dalam pandangan Berger dan Luckmann (1966), institusi masyarakat tercipta dan dipertahankan atau diubah melalui tindakan dan interaksi manusia. Meskipun masyarakat dan institusi sosial terlihat nyata secara obyektif, namun pada kenyataan semuanya dibangun dalam definisi subjektif melalui proses interaksi, sebagai konsep eksternalisasi. Konsep objektivitas

baru bisa terjadi melalui penegasan berulang-ulang yang diberikan oleh orang lain yang memiliki definisi subyektif yang sama. Pada tingkat generalitas yang paling tinggi, melalui konsep internalisasi, maka manusia menciptakan dunia dalam makna simbolis yang universal, yaitu pandangan hidupnya yang menyeluruh, yang memberi legitimasi dan mengatur bentuk-bentuk sosial serta memberi makna pada berbagai bidang kehidupannya melalui institusi yang diciptakan melalui proses inter subyektif yang dilembagakan dalam proses eksternalisasinya.

Namun demikian baik komunikasi organisasi yang lebih dominan di aspek normatif dalam penguatan etos komunikatornya, maupun yang dominan di aspek budaya, maka pada gilirannya baik masing-masing internal organisasinya maupun secara simultan secara bersama-sama telah dapat membangun nilai-nilai organisasi yang selanjutnya menjadi modal organisasi dalam mencapai tujuan-tujuan organisasinya dalam hal ini melaksanakan kerjasama program pemberdayaan masyarakat menuju keberdayaan sasaran program.

1.3. Komunikasi Organisasi BAZNAS Jawa Barat dan LAZIS Dewan Da'wah Jawa Barat dalam Kerjasama Program Pemberdayaan Masyarakat

Dari rangkaian data dan fakta yang terkait dengan nilai-nilai dasar organisasi sebagai sumber etos komunikator yang mempengaruhi proses komunikasi antar OPZ dalam menjalankan kerjasama program

pemberdayaan masyarakat dapat dilihat dari table berikut :

Tabel 3.1
Hubungan Komunikasi OPZ dalam Kerjasama Program Pemberdayaan Masyarakat oleh BAZNAS dan LAZ di Jawa Barat

Indikator	OPZ	
	BAZNAS JABAR	LAZIS DDII JABAR
Sumber Utama Etos Komunikator	1. AlQuran/Hadits 2. Hukum Positif	1. AlQuran/Hadits 2. Pedoman organisasi
Nilai Dasar Organisasi	Sinergi Professional Akuntabel	Aqidah Dakwah Kerjasama
Model Komunikasi Organisasi	a. Komunikasi OPZ internal Pusat-Daerah b. Komunikasi internal OPZ lokal c. Komunikasi OPZ - Pemda/dinas d. Komunikasi OPZ - Muzaki e. Komunikasi OPZ -Penerima manfaat	a. Komunikasi OPZ internal Pusat-Daerah b. Komunikasi OPZ Pusat – OPZ tingkat pusat lain/luar negeri c. Komunikasi internal OPZ lokal d. Komunikasi OPZ lokal - Ormas Islam
Kerjasama Program Pemberdayaan Masyarakat	a. Pemda/UPZ Provinsi Jabar b. Dinas-dinas c. MUI d. Komunitas penerima manfaat	a. OPZ BAZNAS Pusat b. Donasi Luar Negeri c. Ormas Islam

Sumber : Hasil olahan penelitian, 2016

Berdasarkan matrik olahan hasil penelitian di atas, maka terdapat empat (4) indikator bagaimana etos komunikator OPZ berhubungan dengan pelaksanaan kerjasama program pemberdayaan masyarakat yang dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Indikator sumber etos komunikator baik BAZNAS Jawa Barat maupun LAZIS Dewan Da'wah Jawa Barat menempatkan Al-Quran dan Hadits sebagai sumber utama yang kemudian dijadikan pemahaman para pengelola OPZ terlibat dalam pengelolaan zakat di lembaganya masing-masing. Akan tetapi ada perbedaan ketika sumber yang

utama tadi diterapkan dalam menjalankan organisasi dalam pengelolaan zakat. BAZNAS Jawa Barat sangat menekankan akan hukum positif yang berlaku seperti undang-undang, peraturan presiden, peraturan menteri dan keputusan BAZNAS Pusat sebagai payung hukum dan pedoman dalam melaksanakan pengelolaan zakat termasuk membangun kerja sama dengan lembaga lainnya. Sementara bagi LAZIS Dewan Da'wah, maka pedoman organisasi menjadi rujukan utama dalam menjalankan kerjasama program pemberdayaan masyarakat. Kendati demikian OPZ LAZ pada umumnya menjadikan hukum positif lebih digunakan dalam konteks prosedur dan persyaratan administratif bagaimana suatu OPZ dibentuk dan didirikan;

- 2) Indikator nilai dasar organisasi sebagai etos komunikator yang dijalankan oleh masing-masing OPZ tampak ada penekanan yang berbeda dan ada pula kesamaannya. Kesamaannya ada nilai sinergi di OPZ BAZNAS dan nilai kerjasama di OPZ LAZ yang dijadikan landasan etis dalam menjalankan program pemberdayaan. Artinya kedua OPZ memiliki komitmen untuk membangun komunikasi dan koordinasi di luar OPZnya. Akan tetapi dasar membangun kerjasama dan sinergi kedua OPZ tersebut berbeda. OPZ BAZNAS Jawa Barat lebih didasarkan karena tuntutan peraturan perundang-undangan dimana BAZNAS menjadi pengayom dan fasilitator semua jenis lembaga

zakat sehingga memiliki dasar legal formal yang lebih memaksa. Sementara OPZ LAZIS Dewan Da'wah nilai kerjasama yang didasarkan atas akidah dan dakwah yang diusung sebagai konsep perubahan menjadi dasar utama karena menjadi visi dan misi organisasi tersebut yang harus diimplementasikan dalam pelaksanaan program; dengan penekanan nilai yang berbeda tersebut sangat dimungkinkan melahirkan gaya kepemimpinan yang diterapkan OPZ menjadi berbeda. Misalnya untuk tipe BAZNAS sebagai pengayom dan koordinator semua lembaga zakat dapat digunakan gaya kepemimpinan tunggal-terbaik. Sementara untuk LAZ secara umum dapat menggunakan gaya kepemimpinan terbaik-bersyarat;

- 3) Indikator model komunikasi kedua OPZ tampak memiliki perbedaan yang cukup mendasar. Misalnya untuk BAZNAS Jawa Barat lebih menekankan komunikasi organisasi dengan instansi vertikal seperti pemda dan dinas-dinas yang ada di bawahnya dan belum maksimal mengembangkan komunikasi organisasi dengan OPZ lainnya dalam kerjasama program. Sementara LAZIS Dewan Da'wah tampak lebih mampu membangun jaringan yang lebih luas bagi antar sesama OPZ maupun sumber-sumber pendanaan luar negeri dan kolaborasi program dengan ormas islam lainnya;
- 4) Indikator kerjasama program pemberdayaan masyarakat pada gilirannya mengikuti model komunikasi yang lebih dominan

dijalankan oleh kedua OPZ. Maka BAZNAS Jawa Barat lebih banyak menjalankan kerjasama program dengan instansi pemerintah. Sementara LAZIS Dewan Da'wah Jawa Barat mampu menangkap berbagai peluang kerjasama dengan berbagai jenis organisasi dan komunitas baik yang bergerak di pengelolaan zakat maupun yang bergerak di sektor lainnya seperti pendidikan dan kemanusiaan.

Perspektif subyektif tentang komunikasi organisasi juga menekankan peranan orang-orang dan proses dalam menciptakan makna, artinya makna tidak hanya terdapat pada orang, akan tetapi muncul dalam proses transaksi diantara orang-orang dalam organisasi. Melalui pengertian tersebut, maka dalam pandangan subyektif, komunikasi organisasi adalah proses menciptakan pesan, menafsirkan, dan mencipta ulang pesan tersebut dalam sebuah proses yang berkelanjutan. Dengan demikian komunikasi organisasi tidak akan eksis sehingga ia diciptakan dan ditafsirkan oleh orang-orang. Morgan (dalam Mulyana, 2003:88) mengatakan bahwa perspektif interpretif berpendapat bahwa dunia sosial tidak eksis dalam pengertian yang kongkrit, akan tetapi dibangun melalui interaksi dan pengesahan secara konsensus para individu. Dengan demikian maka proses penciptaan makna berarti proses bagaimana realitas organisasi dibangun dan pada aspek pemahaman wacana simbolik yang memperkaya kehidupan organisasi.

Aspek pemahaman dalam komunikasi organisasi dengan pendekatan subyektivisme lebih mengarah pada budaya organisasi

yang mencakup nilai-nilai, kepercayaan, ideologi, dan norma yang diekspresikan melalui simbol-simbol, mitos, kisah-kisah, ritual, bahasa dan artefak (Jones, 1995:231). Bila artefak dipandang sebagai sesuatu yang kongkrit, maka pendekatannya fungsionalis dan budaya dipandang sebagai artefak. Namun bila budaya organisasi sebagai pembentuk pemahaman, maka memaknai perilaku-perilaku simbolik dan proses pembentukan pemahaman menjadi penting. (Mulyana, 2003:92). Samovar (1981) membagi berbagai aspek kebudayaan ke dalam tiga pembagian besar unsur-unsur sosial budaya yang secara langsung sangat mempengaruhi penciptaan makna untuk persepsi, yang selanjutnya menentukan tingkah laku komunikasi. Unsur-unsur sosial budaya tersebut adalah : 1) Sistem keyakinan, nilai dan sikap. 2) Pandangan hidup tentang dunia, dan 3) Organisasi sosial. (Saduarsa, 2011).

Penjabaran konsep dari budaya organisasi dalam konteks komunikasi organisasi dapat dipahami dari etos komunikatornya karena dimensi-dimensi etos yang menjadi penyelidikan para pakar adalah terkait dengan kualitas personal dari seorang komunikator, seperti : keahlian, kompetensi, pengalaman, pengetahuan, sifat dapat dipercaya, kejujuran, dapat diandalkan, ketulusan, kedinamisan, kewaspadaan, energy, perhatian pada khalayak, kemampuan personal, dan keramahan. Dengan demikian ada korelasi antara etika komunikator dan etos komunikator. Etos komunikator dapat dimaknai sebagai bukti etis seorang komunikator yang dapat bersifat universal. Akan tetapi

etika berkomunikasi bisa jadi memiliki unsur subyektifitas bergantung khalayak/masyarakat yang dihadapinya. (Johannesen, 1990 : 120)

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait dengan Komunikasi Organisasi yang bertumpu kepada etos komunikator Organisasi Pengelola Zakat dalam Kerjasama Program Pemberdayaan Masyarakat di Jawa Barat, dapat disimpulkan beberapa poin sebagai berikut :

- 1) Sumber yang menjadi referensi bagi etos komunikator organisasi pengelola zakat adalah menjadi dasar bagaimana OPZ menjalankan pengelolaan zakat. Proses eksternalisasi pengelola zakat telah memberi pengaruh dalam proses awal pengelolaan zakat. Hanya ketika proses obyektivasi yaitu terjadi interaksi intersubyektif yang masuk ke dalam ranah organisasi, maka sumber referensi OPZ pada dasarnya merujuk kepada sumber-sumber organisasinya masing-masing dengan karakter yang berbeda yaitu yang mengacu kepada hukum positif pengelolaan zakat untuk BAZNAS, sehingga nilai-nilai tentang sinergi, professional, transparan, dan akuntabel sangat menonjol. Sementara yang mengacu kepada doktrin, pengalaman, dan visi misi organisasi dijalankan oleh LAZIS Dewan Dakwah, sehingga melahirkan doktrin nilai tentang dakwah sebagai inti perubahan, kemandirian, dan kerjasama yang juga menjadi iklim organisasinya yang terpelihara;

- 2) Nilai-nilai organisasi sebagai hasil dari sumber etos komunikator OPZ menjadi dasar komunikasi organisasi pengelola zakat dalam menjalankan kerjasama program pemberdayaan masyarakat menjadi strategi yang penting, mengingat dua (2) hal, yaitu : 1) secara timbal balik etos komunikator dalam suatu organisasi dapat melahirkan perilaku organisasi sebagai suatu budaya organisasi yang dapat menciptakan organisasi dalam bentuk nilai-nilai organisasi; 2) demikian pula secara timbal balik etos komunikator dalam komunikasi organisasi dapat menciptakan norma-norma organisasi melalui model komunikasi dan gaya perilaku komunikasi dalam kepemimpinan organisasi pengelola zakat juga berkontribusi dalam pembentukan nilai-nilai organisasi;
- 3) Proses komunikasi organisasi melalui strategi etos komunikator bergerak dalam internal organisasi dengan mengacu kepada nilai-nilai organisasi yang lebih menekankan visi misi dan struktur internal organisasinya. Sementara dalam lingkup ke luar organisasi dengan organisasi lain dibangun atas kesepahaman berdasar nilai kemaslahatan bersama masyarakat penerima manfaat, keterbukaan, dan saling percaya;
- 4) Pelaksanaan kerjasama program pemberdayaan masyarakat oleh BAZNAS yang langsung diinisiasi oleh dan bekerjasama dengan pemerintah memiliki program pemberdayaan masyarakat lebih banyak bertumpu ke aspek *personal power* (pemenuhan

kebutuhan dasar penerima manfaat) dan *interpersonal power* (perluasan akses-akses sumber pemenuhan kebutuhan dari penerima manfaat). Pelaksanaan kerjasama program pemberdayaan masyarakat oleh BAZNAS yang langsung diinisiasi oleh dan bekerjasama dengan pemerintah memiliki program pemberdayaan masyarakat lebih banyak bertumpu ke aspek *personal power* (pemenuhan kebutuhan dasar penerima manfaat) dan *interpersonal power* (perluasan akses-akses sumber pemenuhan kebutuhan dari penerima manfaat).

DAFTAR PUSTAKA

- Berger, Peter L., Thomas Luckmann. 1966. *The Social Construction of Reality : A Treatise in the Sociology of Knowledge*. New York : Penguin Books Ltd.
- , 1990. *Tafsiran Sosial atas Kenyataan: Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan*. LP3ES: Jakarta.
- Brueggemann, William G., 2006. *The Practice of Macro Social Work. 3rd Edition*. Thomson Brooks/Cole. Belmont. USA.
- Crisp, Beth R. 2014. *Social Work and Faith Based Organization*. Routledge.
- , 2016. *Spirituality and Social Work*. Routledge.
- Didin Hafidhuddin. 2002. *Panduan Zakat bersama DR. KH. Didin Hafidhuddin*. Republika: Jakarta
- Eriyanto. 2002. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. LKiS: Yogyakarta.
- Fauzia Amelia. 2013. *Faith and State : A History of Islamic Philanthropy in Indonesia*. Koninklijke Brill NV, Leiden, The Netherlands.
- Goldhaber, GERALD M. 1986. *Organizational Communication*. Iowa Wm: Brown Publisher
- Johannesen, Richard, L. 1996. *Etika Komunikasi*. Editor : Dedy Jamaludin Malik dan Dedy Mulyana. Remaja Rosda Karya. Bandung.
- Midgley, James and Amy Conley. 2010. *Social Work and Social Development*. Oxford University Press.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Pace R. Wayne dan Don F. Faules. 2001. *Komunikasi Organisasi, Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan* (Penerjemah dan Editor, Dedy Mulyana). PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Payne, Malcolm, 2005. *Modern Social Work Theory*. 3rd Edition. Palgrave. Macmilan.
- Shera Wes, Wells Lilian M, 1999. *Empowerment Practice in Social Work*. Canadian Scholars Press Inc. Toronto